

FONDS DES MÉDIAS DU CANADA

Groupe de travail sur les autres questions liées au financement et à la distribution du contenu

Le 10 novembre 2015

Thèmes de discussion

- 1) Introduction
- 2) Thèmes récurrents soulevés par les groupes de discussion pancanadiens
- 3) Propositions des intervenants
 - a. eOne : distribution internationale
 - b. Documentaristes du Canada
 - c. Writers Guild of Canada
 - d. Subvention de la Saskatchewan à la production de contenu destiné aux écrans
 - e. Autres propositions des intervenants

1. Introduction

Le groupe de travail permettra au Fonds des médias du Canada (**FMC**) de discuter :

- des commentaires qu'il a reçus au cours des consultations pancanadiennes, tenues avec des groupes de discussion dans 18 villes de toutes les provinces et de tous les territoires;
- des propositions écrites soumises par les intervenants de l'industrie à l'automne 2015.

2. Thèmes récurrents soulevés par les groupes de discussion pancanadiens

Dans le cadre des groupes de travail tenus partout au pays, le FMC a présenté une proposition à l'égard d'un nouveau modèle de financement qui vise à accroître les retombées de ses programmes et à tirer profit de son financement, de ses renseignements sur l'industrie ainsi que des stratégies d'accès et de promotion (le « **modèle du continuum** ») en réaction aux changements qui touchent l'industrie ainsi qu'à la modification du contexte réglementaire et des habitudes de consommation du contenu sur le marché audiovisuel (annexe A).

Le modèle proposé est issu d'un exercice mené par le FMC à l'interne. Celui-ci a d'ailleurs rappelé aux intervenants que les orientations stratégiques du FMC sont établies par le gouvernement du Canada et définies dans l'entente de contribution (l'« **entente** ») entre le FMC et le ministère du Patrimoine canadien. Par conséquent, bon nombre des concepts présentés aux groupes de discussion (et de nombreux commentaires reçus) peuvent être classés comme des sujets « à long terme » qui ne pourront être mis en œuvre que si des modifications sont apportées à l'entente. En plus de ces sujets à long terme, toutefois, chaque groupe de discussion a formulé des propositions visant des politiques et des programmes actuels du FMC qui n'exigeraient aucun changement à l'entente et qui pourraient donc être implantées au cours de l'exercice 2016-2017.

Si chaque région avait des questions relatives à son propre marché, certains sujets récurrents à court et à long terme sont ressortis :

Long terme

1) En général, les intervenants ont exprimé leur soutien envers le modèle du continuum (ci-joint à l'annexe B) proposé par le FMC, en mettant l'accent sur les points suivants :

a. *Adoption d'une démarche axée sur le contenu plutôt que sur la plateforme*

Bon nombre d'intervenants étaient en faveur de l'adoption par le FMC d'une démarche axée sur le contenu plutôt que sur la plateforme. À ce titre, ils étaient d'avis que les différentes étapes verticales du modèle du continuum devraient s'appliquer à tous les types de contenu en vue de permettre aux projets innovateurs et aux projets commerciaux d'exister sur une variété de plateformes.

b. *Possibilité que les différentes plateformes (étrangères, numériques ou les deux) contribuent à l'exigence seuil en matière de droits de diffusion et déclenchent du financement du FMC*

Actuellement, seuls les télédiffuseurs traditionnels à heures fixes titulaires d'une licence de diffusion du CRTC ou les services de vidéo sur demande titulaires d'une licence de diffusion du CRTC peuvent déclencher du financement du FMC. Selon de nombreux intervenants, l'autorisation d'autres plateformes à fournir une validation du marché et à déclencher du financement du FMC refléterait davantage la façon dont les Canadiens et les Canadiennes consomment du contenu, tout en permettant d'accroître la diversité du contenu financé et d'offrir un accès à un plus vaste éventail de requérants.

c. *Importance du développement et du prédéveloppement*

Afin d'accroître les chances de réussite d'un projet à l'étape de la production, bon nombre d'intervenants ont avancé qu'il faudrait offrir aux producteurs davantage de financement aux étapes du prédéveloppement et du développement, et ce, même si les producteurs n'ont pas d'entente de télédiffusion ou de lettre d'intérêt d'un télédiffuseur.

d. *Définition de contenu « phare »*

De nombreux intervenants ont souligné que la définition de contenu « phare » pouvait être subjective, selon le point de vue de la partie en cause, et qu'il était beaucoup plus facile à reconnaître en rétrospective. En outre, ils ont soutenu qu'il faudrait élargir la définition et ne pas la limiter au succès auprès de l'auditoire; des critères connexes (prix, présence dans les médias sociaux, financement étranger) devraient être pris en considération.

Court terme

2) *Mesures de soutien à la mise en marché, à la promotion et à la découvrabilité*

Puisque les producteurs sont de plus en plus tenus de constituer des auditoires dès l'étape du développement, l'aide à la mise en marché et à la promotion devrait être offerte à toutes les étapes d'un projet, et non uniquement lorsque la production est prête pour l'exploitation. En outre, les intervenants étaient généralement d'avis que ce soutien leur permettrait d'atteindre des auditoires étrangers, en plus des auditoires canadiens.

L'Association canadienne de la production médiatique (CMPA) a présenté une proposition précise (qui a fait l'objet de discussions par le groupe de travail du 3 novembre) voulant que le contenu médias numériques

promotionnel constitue un poste distinct du devis de production télévisuelle, sous une nouvelle catégorie de mise en marché et de promotion assortie d'un plafond supérieur.

3) *Division du Volet expérimental en deux sous-volets (innovation et rentabilité commerciale)*

Si l'innovation est un principe central du Volet expérimental, de nombreux intervenants estiment néanmoins qu'un accent accru devrait être mis sur le succès commercial. Conformément au nouveau cadre du FMC, autant les projets innovateurs que les projets rentables sur le plan commercial seraient soutenus aux étapes verticales de l'émergence et de la croissance.

4) *Modification de la définition de « régional »*

Actuellement, quelques programmes du FMC encouragent la production régionale, c'est-à-dire à l'extérieur des grands centres. Néanmoins, les intervenants sont nombreux à penser que la vaste majorité du financement du FMC est toujours octroyée à Toronto, à Montréal et à Vancouver. Diverses suggestions ont donc été présentées au FMC afin qu'il accroisse ses engagements envers la production régionale, réexamine la définition actuelle de « régional » (qui est harmonisée avec celle du CRTC) et étudie de nouvelles démarches relativement à l'élargissement de l'admissibilité des genres, à la télévision communautaire et à des partenariats avec des organismes provinciaux ou territoriaux.

5) *Modifications des Principes directeurs du FMC afin de traiter de la relation entre les télédiffuseurs et les producteurs, à la lumière de l'expiration prochaine des ententes commerciales*

À la suite de l'audience *Parlons télé* du CRTC, les télédiffuseurs pourront demander la suppression de l'exigence de signer une entente commerciale, et ce, à compter du 29 avril 2016. Tel qu'il en a été question dans le groupe de travail du 3 novembre, le FMC estime qu'il lui faut revoir ses Principes directeurs avant l'expiration de ces ententes et il souhaite mettre en place une démarche équilibrée à cet égard.

6) *Possibilité que les différentes plateformes (étrangères, numériques ou les deux) contribuent à l'exigence seuil en matière de droits de diffusion et déclenchent du financement du FMC (court terme)*

En plus de la stratégie connexe à long terme, qui exigerait la modification de l'entente de contribution, des intervenants ont demandé d'éventuels changements à court terme pour élargir la diversité des plateformes pouvant déclencher du financement du FMC ou contribuer à l'exigence seuil en matière de droit de diffusion d'un projet. Le FMC examine actuellement des stratégies qu'il pourrait mettre en œuvre en 2016-2017 relativement à une nouvelle catégorie de VSD hybride et à l'élargissement potentiel de la possibilité de participation des plateformes étrangères à des projets du FMC.

7) *Différentes méthodes permettant aux requérants d'accéder à du financement du FMC*

Certains intervenants ont indiqué que le FMC devrait offrir aux petites entreprises de nouveaux moyens pour leur permettre d'avoir accès à des montants peu élevés du FMC. Ces requérants n'ont pas nécessairement l'infrastructure en place pour consacrer beaucoup de temps au processus de demande actuel du FMC. La mise en place d'un sous-programme simplifié augmenterait la diversité des requérants et des projets. De même, des intervenants ont soutenu que les grandes sociétés établies qui présentent plusieurs projets au FMC devraient également avoir la possibilité d'accéder à du financement sans devoir chaque fois repartir de zéro.

Le FMC sera heureux de recevoir d'autres commentaires du groupe de travail sur tous les enjeux soulevés dans cette section de la présente note d'information.

3. Propositions des intervenants

a. eOne : distribution internationale

Dans ses Principes directeurs 2014-2015, précisément dans la section 6 des Politiques d'affaires (**Politique de récupération normalisée** ou **PRN**), le FMC a supprimé l'exigence suivante :

Les droits de distribution internationaux doivent en premier lieu être offerts à des sociétés canadiennes de ventes à l'étranger dûment qualifiées. Lorsque des sociétés canadiennes et non canadiennes proposent des offres comparables, le FMC s'assure que la priorité est accordée aux sociétés canadiennes¹.

Le FMC a justifié l'élimination de cette disposition en précisant qu'il était presque impossible pour l'administrateur des programmes du FMC (Téléfilm Canada) de la faire appliquer pour tous les projets faisant l'objet d'une demande de financement. En effet, l'étude de demandes passées révèle que la vaste majorité des contrats de distribution sont soumis environ 18 mois après l'achèvement d'un projet.

Ainsi, pour chaque projet lié à une société étrangère de ventes, Téléfilm devrait vérifier si une société canadienne de ventes avait eu un droit de préemption. S'il était établi que cela n'avait pas été le cas, le requérant aurait eu la possibilité : a) soit de résilier l'entente avec la société étrangère et d'accepter les conséquences juridiques afférentes à cette décision; b) soit de perdre le financement du FMC, puisque le projet ne satisferait plus à cette disposition de la PRN.

En outre, le FMC était réticent à consacrer ses ressources limitées à l'exécution de la disposition, puisqu'il ne souhaitait pas s'exposer aux conséquences juridiques et financières prévisibles liées à des cas, et même un seul, où un requérant n'aurait pas satisfait aux exigences.

À la suite de cette modification apportée à la PRN, Entertainment One Television (**eOne**) et le FMC ont entrepris des discussions sur le sujet, et eOne a soumis une proposition, jointe à l'annexe C, visant l'objectif suivant :

Alors que de plus en plus d'intervenants étrangers travaillent à l'intérieur de nos frontières, eOne estime qu'il est plus important que jamais d'établir des façons qui permettront aux sociétés canadiennes de ventes de rester viables et de continuer à jouer un rôle crucial dans l'industrie.

Le FMC souhaite obtenir les commentaires des intervenants sur cette proposition.

b. Documentaristes du Canada

Dans une lettre datée du 2 septembre 2015, l'organisme Documentaristes du Canada (**DOC**) présente au FMC une proposition officielle à l'égard de possibles changements à apporter aux Principes directeurs. Thème récurrent de la proposition de DOC, il devrait y avoir davantage de services et de mesures incitatives pour les documentaires uniques indépendants. À ce sujet, DOC formule les recommandations suivantes :

- 1) réduction de la pondération accordée aux cotes d'écoute dans les calculs des enveloppes de rendement;
- 2) accroissement du financement accordé aux longs métrages dans le cadre du Programme de documentaires d'auteur de langue anglaise, modifications de l'exigence de MN, hausse de la flexibilité quant au financement admissible et élimination du plafond relatif au fonds de mise en marché dans les devis de longs métrages;
- 3) réapparition de l'ancien plafond lié à la production interne des télédiffuseurs;

¹ Politiques d'affaires du FMC 2013-2014, section 6 : Politique de récupération normalisée, annexe A, 6-4.

- 4) soutien accru de la part du FMC aux ententes commerciales et à la protection des genres;
- 5) examen des politiques de financement et des Principes directeurs du FMC relativement aux longs métrages documentaires;
- 6) mise en place de nouveaux moyens pour accroître le soutien aux documentaires uniques et considération de ceux-ci comme une partie essentielle de la grille horaire des télédiffuseurs canadiens, car ils jouent un rôle singulier dans la présentation d'une programmation canadienne culturelle, hétérogène et régionale ainsi que d'émissions d'intérêt public.

Le FMC n'a pas mis de groupe de travail sur les documentaires à l'horaire de sa consultation de l'industrie de l'automne 2015. Les questions soulevées par DOC seront toutefois prises en considération dans la formulation des Principes directeurs 2016-2017. La proposition de DOC a été affichée dans le site du FMC. Ce dernier souhaite obtenir les commentaires des intervenants à cet égard.

c. Writers Guild of Canada

Dans une lettre datée du 3 novembre 2015, la Writers Guild of Canada (WGC) a présenté deux propositions au FMC relativement à d'éventuelles modifications à l'aide au développement accordée au titre du Volet convergent. La première suggère la création d'un nouveau sous-programme de prédéveloppement fondé sur le sous-programme actuel de prédéveloppement régional de langue anglaise. La deuxième demande l'examen des dépenses admissibles au titre du programme et des sous-programmes de développement. La soumission complète de la WGC a été affichée dans le site du FMC. Ce dernier souhaite obtenir les commentaires des intervenants à cet égard.

d. Subvention de la Saskatchewan à la production de contenu destiné aux écrans

Des intervenants de la Saskatchewan ont cherché à élargir l'applicabilité de la subvention de la Saskatchewan à la production de contenu destiné aux écrans au titre de la PRN du FMC. À l'heure actuelle, la PRN offre une entente préférentielle de récupération aux producteurs en fonction de leurs investissements et des crédits d'impôt provinciaux, alors que les subventions attribuées à une production ne bénéficient pas du même statut préférentiel.

La pratique actuelle du FMC a toutefois une exception, à savoir le financement octroyé à une production par le truchement de l'Alberta Media Fund, qui peut obtenir un statut préférentiel au titre de la PRN.

Si le FMC continue à examiner des stratégies en vue d'améliorer son rendement du capital investi dans les productions pour lesquelles il participe au capital, il est également important de veiller à ce que sa méthode relativement à cet enjeu soit juste et cohérente. À la suite de discussions avec certains fonds privés, le FMC recommande l'adoption d'une démarche uniforme et souhaite obtenir les commentaires des intervenants sur la question.

Actuellement, la Colombie-Britannique, le Manitoba, Terre-Neuve-et-Labrador, l'Ontario et le Québec ont un régime de crédits d'impôt en place, alors que l'Alberta, le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse, les Territoires du Nord-Ouest, le Nunavut, la Saskatchewan et le Yukon ont structuré leurs mesures incitatives en tant que subvention ou remboursement.

e. Autres propositions des intervenants

Conformément aux discussions tenues avec les intervenants, le FMC s'attend à recevoir d'autres propositions d'ici le 10 novembre. Il les affichera dans son site Web dès leur réception.

ANNEXE A

■ ENVIRONNEMENT EXTERNE

- Consommateurs
 - Visionnement sur demande
 - Vidéos en ligne et contenus de courte durée
 - Surabondance
- Contexte réglementaire
 - Service à la carte et service de base épuré
 - Dépenses au titre d'émissions canadiennes et exigences liées aux Émissions d'intérêt national
 - Projets pilotes du CRTC
- Industrie
 - Consolidation
 - Mondialisation
 - Nouveaux modèles d'affaires



■ ENVIRONNEMENT EXTERNE

Répercussions possibles sur le contenu canadien :

- réduction des revenus et du budget des programmes du FMC
- accessibilité réduite
- découvrabilité réduite
- nouvelles opportunités

ANNEXE B

MESURES PROPOSÉES - FINANCER

ÉTAPES VERTICALES	ÉMERGENCE	CROISSANCE	PÉRENNITÉ	
Objectifs	Permettre l'émergence de nouveaux créateurs, formats ou sociétés de production.	Faire passer les sociétés de production à un niveau supérieur. Soutenir les carrefours créatifs et les marques.	Amener les sociétés de production à la pérennité.	
Axe	Innovation Diversité et découverte R et D	Démarche axée sur les franchises Produits axés sur le marché Potentiel élevé de succès commercial et d'exportation	Exploitation de la PI sur les marchés nationaux et étrangers	
CIBLES	CONTENU PHARE	TECHNOLOGIES HABILITANTES	CONTENU PHARE	CATALOGUE DE PI
Types de projets	Nouvelles façons de raconter des histoires, voix émergentes, contenu d'auteur : <ul style="list-style-type: none"> linéaire (productions originales pour la télé ou le Web) interactif immersif 	Technologies, plateformes ou logiciels d'applications visant à faire progresser les industries créatives (B2B – B2C)	Franchises de premier plan, projets ambitieux visant de vastes auditoires ayant un attrait commercial : <ul style="list-style-type: none"> linéaire (télé, tous les genres, y compris formats) interactif (p. ex., jeux vidéo) multiplateforme (convergent, transmédia) 	Projets visant à revitaliser les répertoires de contenu canadien à potentiel élevé : <ul style="list-style-type: none"> télé et cinéma

ANNEXE C



November 4, 2015

CMF Policy Proposal

While our industry has celebrated many wins over the last several years, we have also faced many challenges. In order to take control of our destiny and to ensure Canadian stories are seen and heard for many years to come, a strong Canadian content ecosystem, from creative origination to deficit financing and worldwide exploitation, is needed.

At a time when we are seeing more and more foreign players working within our borders, eOne believes it's more important than ever to institute ways for Canadian sales companies to remain healthy and continue to play a vital role in our industry. As such, we propose that an incentive be offered to Canadian drama producers to secure Canadian distributors.

As the CMF once again prepares their annual guidelines, we are putting forth the following:

Rationale:

Government policy that supports Canadian distribution companies is necessary for the Canadian television industry to continue in its growth and be competitive in a crowded international marketplace:

- Control in a production is largely dictated by the financing;
- Therefore, Canadian risk capital equates to a greater level of Canadian control;
- From a long-term value chain point of view, distribution rights are more valuable than copyright;
- Thus, in this time of change where audiences are moving on masse to digital platforms to view content on their own terms, it is more important than ever for the Canadian production and distribution ecosystem to be symbiotic and supported;
- The value chain of a production can only be fully realized through exploitation i.e. distribution/international sales;
- We firmly believe that the value of content created in Canada should stay in the hands of Canadian companies to reinvest in the ecosystem.

Proposal for discussion:

Our focus is on building a mutually-beneficial relationship between the production and distribution sectors to optimally serve the industry overall on a long-term basis.

The following is our multi-step approach:

1. The policy mandating producers to offer the international distribution rights to a Canadian distribution company first be reinstated in the CMF Guidelines for drama productions only, with immediate effect.
2. The CMF lobby for and work with Canadian Heritage to effect changes to the Contribution Agreement that provision for the following scenarios, to be implemented simultaneously and as one concept:
 - a. To encourage innovation in drama and add creative flexibility to the 10/10 scale model, CMF-qualifying productions receive two "points" for securing a Canadian distribution company to sell international rights. In exchange, the Canadian distributor will commit and cover a certain level of the budget for marketing and promotion, with a global focus.
 - b. Alongside point 2.a, on CMF qualifying projects where a foreign distribution company is attached to sell international rights, the foreign distribution fee is capped at 17.5%

ANNEXE C (suite)



and expenses capped at 5%. Where foreign distributors are attached to a CMF project, they are not entitled to any back-end recoupment (after fees, expenses, MG) or net profit participation.